

PERENCANAAN BISNIS KEDAI PAGI NGIDER.IND DI KOTA BANDUNG

Salma Nurul Fathinah¹; Meriza Hendri²

Program Studi Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana,
Universitas Widyatama, Bandung^{1,2}

Email : salma.fathinah@widyatama.ac.id¹; meriza.hendri@widyatama.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menyusun perencanaan bisnis Kedai Pagi Ngider.ind sebagai usaha mikro roti dan kopi dengan produksi berbasis rumah dan konsep layanan grab-and-go di Kota Bandung. Objek penelitian difokuskan pada pengembangan model bisnis usaha sarapan yang menasar konsumen kawasan permukiman dan area sekolah. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma interpretatif. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pelaku usaha sejenis, calon konsumen, dan praktisi bisnis, observasi lapangan, serta diskusi dengan ahli sebagai validasi konseptual, yang didukung oleh data sekunder dari literatur dan laporan industri. Analisis dilakukan secara bertahap dengan mengintegrasikan pendekatan design thinking untuk memahami kebutuhan konsumen, Lean Canvas untuk memetakan model bisnis, serta Model Timmons untuk mengevaluasi kelayakan usaha berdasarkan keseimbangan peluang, sumber daya, dan tim wirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kedai Pagi Ngider.ind memiliki peluang pasar yang prospektif pada segmen sarapan praktis berbasis komunitas lokal, dengan model bisnis yang sederhana namun relevan terhadap kebutuhan konsumen. Analisis kelayakan menunjukkan bahwa usaha layak dijalankan secara strategis dan operasional, serta memiliki potensi keberlanjutan apabila didukung oleh pengelolaan operasional yang efisien dan strategi pemasaran berbasis lingkungan sekitar.

Kata Kunci : Perencanaan Bisnis; Usaha Mikro; Bakery Dan Kopi; *Grab-And-Go*; Model Timmons

ABSTRACT

This study aims to develop a business plan for Kedai Pagi Ngider.ind, a micro-scale bakery and coffee business with home-based production and a grab-and-go service concept in Bandung City. The research focuses on designing a breakfast-oriented business model targeting consumers in residential and school-area communities. A qualitative descriptive approach within an interpretive paradigm was employed. Data were collected through semi-structured interviews with similar business owners, potential consumers, and business practitioners, field observations, and expert discussions for conceptual validation, supported by secondary data from academic literature and industry reports. The analysis was conducted in stages by integrating the design thinking approach to identify consumer needs, the Lean Canvas framework to map the business model, and the Timmons Model to evaluate business feasibility based on the alignment of opportunity, resources, and the entrepreneurial team. The findings indicate that Kedai Pagi Ngider.ind has promising market potential in the local community-based breakfast segment, supported by a simple yet relevant business model. The feasibility analysis suggests that the business is strategically and operationally viable and demonstrates realistic sustainability prospects when supported by efficient operations and locally oriented marketing strategies.

Keywords : *Business Planning; Micro Enterprise; Bakery and Coffee; Grab-and-Go; Timmons Model*

PENDAHULUAN

Sektor makanan dan minuman (*food and beverages/F&B*) merupakan salah satu sektor yang secara konsisten menunjukkan ketahanan dan pertumbuhan, baik pada skala global maupun nasional. Perubahan gaya hidup masyarakat urban dan suburban yang semakin mengutamakan kepraktisan, efisiensi waktu, serta konsumsi berbasis rutinitas harian mendorong berkembangnya model usaha kuliner yang berorientasi pada layanan cepat dan produk siap konsumsi. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha mikro untuk beradaptasi dengan pola operasional yang lebih praktis, sederhana, dan efisien agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen sehari-hari, sebagaimana ditunjukkan pada praktik UMKM yang semakin responsif terhadap perubahan perilaku pasar dan sistem transaksi (Kusuma & Sihalo, 2025). Dalam konteks ini, konsep *grab-and-go* dan produksi berbasis rumah berkembang sebagai alternatif usaha yang relevan, khususnya pada segmen sarapan dan camilan ringan.

Di Indonesia, subsektor makanan dan minuman menjadi kontributor penting dalam industri pengolahan seiring dengan meningkatnya konsumsi domestik dan perubahan pola konsumsi masyarakat perkotaan. Produk *bakery* dan minuman kopi memiliki permintaan yang relatif stabil karena diposisikan sebagai bagian dari kebutuhan harian. Namun, tingginya pertumbuhan jumlah pelaku usaha pada sektor ini juga meningkatkan tingkat persaingan, terutama di kota-kota besar seperti Bandung yang dikenal sebagai pusat aktivitas kuliner. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha, khususnya usaha mikro, untuk mampu merancang model bisnis yang sesuai dengan karakter pasar lokal agar dapat bertahan dan berkembang. Berbagai kajian menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman menghadapi dinamika persaingan yang semakin ketat, sehingga menuntut pelaku usaha untuk memperhatikan efisiensi, keberlanjutan, dan kinerja usaha secara menyeluruh dalam jangka menengah (Suryadi & Nuryaman, 2025).

Pada kawasan permukiman, pola konsumsi masyarakat menunjukkan karakteristik yang berbeda dibandingkan pusat komersial kota. Konsumen cenderung mencari produk yang praktis, mudah diakses, konsisten kualitasnya, serta sesuai dengan kebutuhan harian. Meskipun peluang pasar ini relatif stabil, banyak usaha mikro kuliner dijalankan secara intuitif tanpa perencanaan bisnis yang terstruktur. Akibatnya, usaha sering menghadapi kendala dalam menjaga konsistensi produk, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha dalam jangka menengah.

Kedai Pagi Ngider.ind merupakan usaha roti dan kopi berskala mikro dengan produksi berbasis rumah dan konsep layanan *grab-and-go* yang berlokasi di Kota Bandung. Usaha ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan sarapan praktis bagi konsumen di kawasan permukiman dan area sekolah. Namun, agar peluang pasar tersebut dapat dikonversi menjadi kinerja usaha yang berkelanjutan, diperlukan perencanaan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada aspek

finansial, tetapi juga mampu mengintegrasikan pemahaman kebutuhan konsumen, perancangan model bisnis yang realistis, serta evaluasi kelayakan usaha secara kontekstual.

Sejumlah penelitian telah membahas perencanaan bisnis dan pengembangan UMKM kuliner, namun kajian yang secara spesifik mengintegrasikan pendekatan *design thinking*, *Lean Canvas*, dan proses kewirausahaan dalam konteks usaha mikro berbasis komunitas lokal masih relatif terbatas. Padahal, integrasi ketiga pendekatan tersebut berpotensi membantu usaha mikro merancang model bisnis yang adaptif, sederhana, dan sesuai dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menyusun perencanaan bisnis Kedai Pagi Ngider.ind dengan mengintegrasikan pendekatan *design thinking* untuk memahami kebutuhan konsumen, *Lean Canvas* untuk memetakan model bisnis, serta Model Timmons sebagai kerangka evaluasi kelayakan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis berupa pengayaan kajian perencanaan bisnis dan kewirausahaan pada konteks usaha mikro, serta kontribusi praktis sebagai acuan penyusunan perencanaan bisnis yang aplikatif dan realistis bagi pelaku UMKM kuliner berbasis komunitas lokal.

TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI

Kewirausahaan dipahami sebagai proses dinamis penciptaan nilai yang melibatkan pengenalan peluang, pengelolaan sumber daya, serta pengambilan keputusan dalam kondisi ketidakpastian. Dalam literatur klasik, kewirausahaan diposisikan sebagai penggerak perubahan ekonomi melalui inovasi dan pembaruan struktur pasar (Schumpeter, 1934). Perkembangan literatur kontemporer kemudian memperluas pandangan tersebut dengan menekankan kewirausahaan sebagai proses berkelanjutan yang menuntut pola pikir adaptif, kemampuan belajar, dan ketepatan dalam mengeksekusi peluang bisnis (Kuratko, 2023).

Keberhasilan kewirausahaan, khususnya pada usaha mikro dan kecil, sangat dipengaruhi oleh pola pikir kewirausahaan dan kapabilitas pengelolaan usaha. Pola pikir kewirausahaan mencerminkan kemampuan individu dalam merespons peluang dan tantangan secara proaktif, inovatif, dan solutif (Hendri et al., 2023; Samoedra et al., 2021). Kapabilitas tersebut memungkinkan pelaku usaha mengoptimalkan sumber daya yang terbatas serta mempertahankan ketahanan usaha di tengah persaingan yang semakin intens. Oleh karena itu, kewirausahaan modern dipahami sebagai integrasi antara karakter individu, pola pikir strategis, dan kemampuan manajerial dalam mengelola usaha secara berkelanjutan (Kuratko, 2023).

Kreativitas dan inovasi merupakan elemen fundamental dalam proses kewirausahaan karena berperan dalam pembentukan nilai yang relevan bagi pasar. Kreativitas dipahami sebagai kemampuan menghasilkan ide yang baru dan bernilai, sedangkan inovasi merepresentasikan penerapan ide tersebut ke dalam praktik bisnis yang nyata (Amabile et al., 2018; Tidd &

Bessant, 2021) . Dalam konteks usaha mikro, inovasi umumnya bersifat inkremental dan kontekstual, seperti penyesuaian produk, layanan, maupun pengalaman konsumen sesuai dengan kebutuhan pasar lokal (Musa et al., 2022; Tidd & Bessant, 2021). Temuan empiris pada sektor makanan menunjukkan bahwa kualitas produk dan konsistensi mutu memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian dan keberlanjutan hubungan antara usaha dan pelanggan (Hanjaya et al., 2025) . Hubungan erat antara kreativitas dan inovasi menegaskan bahwa keberlanjutan usaha sangat bergantung pada kemampuan wirausaha dalam memperbarui nilai yang ditawarkan secara berkelanjutan.

Aktivitas kewirausahaan tidak terlepas dari pengaruh lingkungan bisnis yang dinamis. Lingkungan bisnis mencakup faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja dan keberlangsungan usaha. Perspektif *resource-based view* menekankan bahwa keunggulan bersaing bersumber dari pengelolaan sumber daya internal yang bernilai, langka, dan sulit ditiru (Barney et al., 2001) . Sementara itu, faktor eksternal seperti tingkat persaingan, perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dan regulasi dianalisis melalui kerangka seperti Porter's Five Forces dan PESTEL (Johnson et al., 2017; Porter, 2008) . Kemampuan usaha mikro dalam menyesuaikan kapabilitas internal terhadap tekanan lingkungan eksternal berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha (Pereira & Rini, 2022; Srimulyani et al., 2023).

Integrasi antara faktor internal dan eksternal tersebut umumnya disintesis melalui analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi usaha. Analisis SWOT menghubungkan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal untuk menghasilkan arah strategi yang realistis dan kontekstual (David et al., 2020; Gurel, 2017). Dalam perencanaan usaha mikro, SWOT tidak hanya berfungsi sebagai alat pemetaan posisi usaha, tetapi juga sebagai dasar pengambilan keputusan strategis yang mempertimbangkan keterbatasan sumber daya dan karakteristik pasar lokal.

Seiring meningkatnya ketidakpastian pasar dan perubahan perilaku konsumen, pendekatan perencanaan bisnis berkembang ke arah yang lebih adaptif dan berpusat pada pelanggan. *Design thinking* digunakan sebagai pendekatan pemecahan masalah yang menempatkan empati terhadap konsumen sebagai titik awal inovasi. Pendekatan ini menekankan proses iteratif dalam memahami kebutuhan pengguna, merumuskan permasalahan, mengembangkan ide, serta menguji solusi secara berulang (Brown, 2009; Liedtka, 2018) . Dalam praktiknya, pengalaman positif dan interaksi yang konsisten dengan konsumen, termasuk melalui komunikasi dan media digital yang sederhana, berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan yang menjadi fondasi hubungan jangka panjang antara usaha dan konsumennya

(Muhammad et al., 2025). Dalam konteks usaha mikro kuliner, design thinking relevan untuk menggali preferensi konsumen terkait rasa, kemasan, harga, dan pengalaman layanan, sehingga solusi bisnis yang dirancang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar lokal.

Selain *design thinking*, *Lean Canvas* digunakan sebagai alat pemetaan model bisnis yang ringkas dan fleksibel, khususnya pada tahap awal pengembangan usaha. *Lean Canvas* membantu wirausaha memfokuskan perhatian pada elemen kunci model bisnis seperti masalah pelanggan, proposisi nilai, struktur biaya, dan sumber pendapatan secara sederhana namun strategis (Maurya, 2012). Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *lean startup* yang menekankan validasi asumsi bisnis melalui proses *build-measure-learn* (Ries, 2011). Bagi usaha mikro, *Lean Canvas* memungkinkan penyesuaian strategi secara cepat tanpa memerlukan perencanaan yang kompleks dan kaku.

Proses kewirausahaan dalam penelitian ini dipahami sebagai interaksi dinamis antara peluang usaha, ketersediaan sumber daya, dan kapasitas tim pengelola. Model Timmons digunakan sebagai kerangka konseptual untuk mengevaluasi kelayakan usaha berdasarkan keseimbangan ketiga elemen tersebut (Timmons & Spinelli, 2009). Model ini menegaskan bahwa keberhasilan usaha baru tidak ditentukan oleh satu elemen tunggal, melainkan oleh kesesuaian antara ide bisnis dan kemampuan eksekusi dalam konteks yang realistis (Spinelli et al., 2012).

Rencana bisnis diposisikan sebagai instrumen strategis yang menjembatani ide kewirausahaan dengan implementasi operasional. Literatur menegaskan bahwa business plan tidak hanya berfungsi sebagai dokumen administratif, tetapi sebagai alat refleksi strategis yang membantu wirausaha memetakan peluang, risiko, dan kebutuhan sumber daya secara sistematis (Barringer & Ireland, 2021; Scarborough & Cornwall, 2018). Namun, dalam lingkungan bisnis yang dinamis, rencana bisnis perlu dikombinasikan dengan pendekatan yang lebih adaptif seperti *Lean Canvas* agar tetap relevan dan responsif terhadap perubahan pasar (Welter et al., 2021).

Berdasarkan sintesis literatur tersebut, fokus studi dalam penelitian ini diarahkan pada penyusunan perencanaan bisnis usaha mikro di sektor kuliner dengan mengintegrasikan pendekatan design thinking untuk memahami kebutuhan konsumen, *Lean Canvas* untuk merancang model bisnis yang adaptif, serta Model Timmons untuk mengevaluasi kelayakan dan keberlanjutan usaha secara konseptual dan finansial. Fokus ini menekankan keterkaitan antara teori kewirausahaan dan praktik perencanaan bisnis pada konteks usaha mikro berbasis komunitas lokal.

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020).

Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif dengan pendekatan perencanaan bisnis (*business plan research*) dalam paradigma interpretatif. Desain penelitian ini dipilih karena tujuan utama penelitian adalah menyusun perencanaan bisnis secara aplikatif dan kontekstual, bukan untuk menguji hubungan antarvariabel atau mengonfirmasi hipotesis secara statistik.

Penelitian perencanaan bisnis diposisikan sebagai bentuk penelitian terapan (*applied research*) yang berorientasi pada pemecahan masalah praktis dan pengambilan keputusan usaha. Dalam konteks ini, data empiris lapangan digunakan sebagai dasar untuk memahami kebutuhan konsumen, karakteristik pasar lokal, serta kondisi lingkungan usaha, yang selanjutnya diterjemahkan ke dalam rancangan model bisnis dan evaluasi kelayakan usaha.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam terhadap fenomena bisnis yang diteliti melalui proses interpretasi terhadap data lapangan (Creswell & Creswell, 2018; Rynes & Gephart, 2004). Dengan demikian, penelitian ini tidak diarahkan sebagai studi eksploratif murni maupun penelitian evaluatif yang menguji efektivitas suatu model tertentu, melainkan sebagai studi perencanaan bisnis yang mengintegrasikan pemahaman kebutuhan pasar, perancangan model bisnis, dan penilaian kelayakan usaha sebagai satu kesatuan proses perencanaan.

Objek dan Fokus Penelitian

Objek penelitian adalah Kedai Pagi Ngider.ind, yaitu usaha mikro roti dan kopi dengan produksi berbasis rumah dan konsep layanan *grab-and-go* yang berlokasi di Kota Bandung. Usaha ini dirancang untuk melayani kebutuhan sarapan praktis bagi konsumen di kawasan permukiman dan area sekolah, dengan karakteristik operasional skala mikro dan keterbatasan sumber daya. Karakteristik tersebut menjadikan Kedai Pagi Ngider.ind relevan sebagai objek penelitian perencanaan bisnis yang berfokus pada pengambilan keputusan usaha secara kontekstual.

Fokus penelitian diarahkan pada penyusunan perencanaan bisnis Kedai Pagi Ngider.ind, yang meliputi perancangan model bisnis, analisis lingkungan usaha, serta evaluasi kelayakan usaha dari aspek strategis, operasional, dan finansial. Fokus tersebut menempatkan penelitian ini sebagai studi yang berorientasi pada perancangan dan pengambilan keputusan usaha, bukan

pada pengujian efektivitas implementasi bisnis dalam jangka panjang. Dengan demikian, ruang lingkup penelitian dibatasi pada tahap perencanaan usaha, sehingga hasil penelitian tidak dimaksudkan untuk melakukan generalisasi temuan ke populasi usaha yang lebih luas, melainkan sebagai dasar konseptual dan praktis bagi pengembangan usaha mikro berbasis komunitas lokal.

Subjek Penelitian dan Teknik Pemilihan Informan

Subjek dalam penelitian ini meliputi pihak-pihak yang memiliki keterkaitan langsung dengan konteks pengembangan usaha Kedai Pagi Ngider.ind, yaitu:

1. Pelaku usaha sejenis sebanyak 5 orang, yang menjalankan usaha *bakery*, kopi, atau usaha kuliner skala mikro dengan model layanan serupa.
2. Calon konsumen sebanyak 12 orang, yang berasal dari kawasan permukiman dan area sekolah sebagai target pasar potensial usaha.
3. Praktisi bisnis sebanyak 2 orang, yang memiliki pengalaman dalam pengelolaan atau pendampingan usaha mikro dan kecil di sektor kuliner.

Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan mempertimbangkan relevansi pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan informan terhadap tujuan penelitian. Pelaku usaha dipilih karena memiliki pengalaman empiris dalam menjalankan usaha sejenis, calon konsumen dipilih untuk merepresentasikan kebutuhan dan preferensi pasar sasaran, sedangkan praktisi bisnis dipilih untuk memberikan perspektif profesional dan validasi konseptual terhadap perencanaan usaha. Jumlah informan ditentukan berdasarkan pertimbangan kecukupan data (*information saturation*), di mana pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh telah menunjukkan pola yang berulang dan tidak menghasilkan temuan substantif baru yang relevan dengan tujuan perencanaan bisnis.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder.

1. Wawancara Semi-Terstruktur

Wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk menggali persepsi informan mengenai kebutuhan konsumen, peluang pasar, pola konsumsi, serta tantangan operasional usaha. Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang fleksibel dan mendalam, namun tetap terarah sesuai fokus penelitian.

2. Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan untuk memahami secara langsung konteks operasional usaha, lingkungan persaingan, serta karakteristik lokasi usaha. Observasi ini mendukung pemahaman empiris terhadap kondisi nyata yang memengaruhi perancangan model bisnis.

3. Diskusi dengan Ahli

Diskusi dengan ahli dilakukan sebagai sarana validasi konseptual terhadap temuan lapangan dan rancangan perencanaan bisnis. Diskusi ini tidak dimaksudkan sebagai penilaian kinerja usaha, melainkan untuk memastikan kesesuaian konsep perencanaan dengan praktik kewirausahaan dan literatur yang relevan.

4. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari literatur akademik, laporan industri, data statistik resmi, serta regulasi yang relevan dengan sektor usaha mikro, *bakery*, dan kopi.

Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui penerapan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pelaku usaha, calon konsumen, dan praktisi bisnis. Triangulasi metode dilakukan dengan mengombinasikan hasil wawancara, observasi, dan diskusi ahli. Selain itu, klarifikasi terbatas terhadap hasil wawancara dilakukan untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan maksud informan.

Rancangan Analisis dan Integrasi Metode

Analisis data dilakukan secara bertahap dan terintegrasi sesuai dengan tujuan perencanaan bisnis.

1. Tahap pertama menggunakan pendekatan *design thinking* untuk memahami kebutuhan dan pengalaman konsumen secara empatik, yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* sebagai dasar perumusan solusi bisnis.
2. Tahap kedua menggunakan *Lean Canvas* untuk memetakan model bisnis secara ringkas dan adaptif, mencakup permasalahan pelanggan, proposisi nilai, segmen pelanggan, struktur biaya, dan sumber pendapatan.
3. Tahap ketiga menggunakan Model Kewirausahaan Timmons untuk mengevaluasi kelayakan usaha berdasarkan keseimbangan antara peluang usaha, ketersediaan sumber daya, dan kapasitas tim pengelola. Integrasi ketiga pendekatan ini membentuk alur perencanaan bisnis yang sistematis dan kontekstual.

Analisis Kelayakan Finansial

Analisis kelayakan finansial dalam penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari evaluasi kelayakan usaha dengan menggunakan indikator utama *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period*. Data keuangan disusun berdasarkan estimasi biaya dan pendapatan usaha yang dirancang dalam dokumen perencanaan bisnis Kedai Pagi Ngider.ind, serta didukung oleh informasi harga bahan baku dan biaya operasional yang relevan dengan konteks usaha mikro. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan asumsi yang bersifat konservatif dan realistis sesuai skala usaha dan horizon perencanaan usaha menengah, sehingga

hasil analisis finansial berfungsi sebagai alat validasi kelayakan usaha, bukan sebagai prediksi kinerja keuangan yang bersifat pasti.

Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada konteks usaha mikro dengan produksi berbasis rumah, lokasi usaha di Kota Bandung, serta fokus pada tahap perencanaan bisnis. Penelitian tidak mencakup evaluasi implementasi usaha dalam jangka panjang maupun perbandingan kinerja dengan usaha sejenis di wilayah lain.

Etika Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian. Seluruh informan memberikan persetujuan secara sukarela untuk berpartisipasi, dan identitas serta informasi yang diberikan dijaga kerahasiaannya. Data yang diperoleh digunakan semata-mata untuk kepentingan akademik dan penyusunan perencanaan bisnis.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Gambaran Umum Objek Penelitian

Kedai Pagi Ngider.ind merupakan usaha sarapan rumahan dengan konsep produk praktis dan sistem layanan *grab-and-go* yang beroperasi di kawasan permukiman Kota Bandung. Usaha ini menysasar konsumen lokal dengan kebutuhan sarapan cepat, mudah dibawa, dan konsisten kualitasnya, seperti keluarga, pelajar, dan pekerja. Model usaha dijalankan dalam skala mikro dengan produksi berbasis rumah serta penjualan melalui kedai sederhana tanpa fasilitas *dine-in*. Karakteristik tersebut mencerminkan tipikal usaha mikro kuliner yang mengandalkan efisiensi operasional dan kedekatan dengan konsumen sebagai keunggulan utama.

Karakteristik utama objek penelitian, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1, menunjukkan bahwa Kedai Pagi Ngider.ind beroperasi sebagai usaha mikro berbasis komunitas lokal dengan sistem penjualan pre-order dan penjualan langsung. Kondisi ini menegaskan relevansi Ngider.ind sebagai objek penelitian perencanaan bisnis, karena merepresentasikan realitas UMKM kuliner yang menghadapi keterbatasan sumber daya, namun memiliki peluang permintaan yang relatif stabil dan berulang pada segmen pasar lokal.

Hasil Analisis Perencanaan Bisnis

Hasil analisis perencanaan bisnis menunjukkan bahwa kebutuhan utama konsumen Kedai Pagi Ngider.ind adalah ketersediaan sarapan pagi yang cepat, praktis, dan dapat diandalkan secara rutin. Temuan ini diperoleh melalui pendekatan *design thinking* yang menekankan pemahaman terhadap aktivitas pagi konsumen, di mana keterbatasan waktu menjadi faktor dominan dalam pengambilan keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk yang siap ambil, memiliki rasa yang konsisten, serta tidak memerlukan proses pemesanan yang kompleks. Temuan tersebut disintesis dari hasil wawancara dengan pelaku

usaha sejenis, calon konsumen, dan praktisi bisnis, sehingga mencerminkan kebutuhan pasar yang relevan dengan konteks usaha mikro berbasis komunitas lokal. Temuan ini mengindikasikan bahwa nilai utama yang dicari konsumen terletak pada keandalan layanan dalam mendukung rutinitas harian, bukan pada keragaman produk semata.

Berdasarkan pemahaman kebutuhan tersebut, pemetaan model bisnis menggunakan *Lean Canvas* menghasilkan konfigurasi model bisnis Kedai Pagi Ngider.ind sebagaimana dirangkum pada Tabel 2. Model bisnis yang dirancang menunjukkan proposisi nilai yang jelas, segmentasi pasar yang spesifik, serta struktur biaya yang sederhana dan terkendali. Fokus pada menu yang disederhanakan dan saluran distribusi langsung memungkinkan usaha mikro ini menjaga efisiensi operasional sekaligus memenuhi kebutuhan pasar lokal secara lebih tepat sasaran.

Integrasi antara pendekatan *design thinking* dan *Lean Canvas* menunjukkan bahwa model bisnis Ngider.ind dirancang berdasarkan kebutuhan nyata konsumen, bukan asumsi spekulatif. Hal ini mengindikasikan bahwa perencanaan bisnis yang disusun memiliki tingkat relevansi dan realisme yang memadai untuk diimplementasikan pada tahap awal operasional, khususnya dalam konteks usaha mikro dengan keterbatasan sumber daya.

Analisis Lingkungan Usaha dan Posisi Strategis

Analisis lingkungan usaha dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi keberlanjutan Kedai Pagi Ngider.ind. Dari sisi internal, kekuatan utama usaha terletak pada kedekatan lokasi dengan konsumen, fleksibilitas produksi harian, serta keterlibatan langsung pemilik dalam pengelolaan usaha. Faktor-faktor tersebut memungkinkan usaha merespons permintaan konsumen secara cepat dan personal. Namun demikian, keterbatasan kapasitas produksi dan tingginya ketergantungan pada peran pemilik menjadi kelemahan yang perlu dikelola secara bertahap agar tidak menghambat keberlanjutan usaha.

Dari sisi eksternal, peluang utama berasal dari kebutuhan yang relatif stabil terhadap produk sarapan praktis di kawasan permukiman, serta dukungan pemanfaatan teknologi digital sederhana dalam aktivitas pemasaran dan komunikasi dengan konsumen. Di sisi lain, ancaman usaha muncul dari tingginya tingkat persaingan usaha sejenis, sensitivitas harga konsumen, serta fluktuasi harga bahan baku. Ringkasan hasil analisis SWOT Kedai Pagi Ngider.ind disajikan pada Tabel 3.

Hasil sintesis analisis lingkungan menunjukkan bahwa peluang usaha relatif lebih besar dibandingkan ancaman, meskipun penguatan aspek internal masih diperlukan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa strategi pertumbuhan bertahap dengan fokus pada optimalisasi pasar

inti dan peningkatan efisiensi operasional merupakan pilihan yang lebih realistis dibandingkan strategi ekspansi agresif pada tahap awal usaha.

Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk menilai apakah Kedai Pagi Ngider.ind layak dijalankan secara finansial dan konseptual. Hasil proyeksi keuangan menunjukkan bahwa usaha memiliki potensi menghasilkan arus kas positif dan mampu mencapai pengembalian modal dalam periode yang wajar. Ringkasan indikator kelayakan finansial, sebagaimana disajikan pada Tabel 4, menunjukkan bahwa *Net Present Value* (NPV) bernilai positif, *Internal Rate of Return* (IRR) berada di atas tingkat diskonto, serta *Payback Period* berada dalam periode yang dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa usaha layak dijalankan dari sisi finansial berdasarkan asumsi proyeksi yang konservatif.

Selain kelayakan finansial, evaluasi konseptual dilakukan menggunakan Model Kewirausahaan Timmons. Hasil evaluasi menunjukkan adanya keseimbangan yang memadai antara peluang pasar, ketersediaan sumber daya, dan kapasitas tim pengelola. Peran pemilik usaha sebagai pengendali utama proses kewirausahaan menjadi faktor penting dalam menjaga kesesuaian antara ide bisnis dan kemampuan eksekusi. Temuan ini menegaskan bahwa kelayakan usaha mikro tidak hanya ditentukan oleh indikator finansial, tetapi juga oleh kemampuan pengelola dalam mengelola keterbatasan sumber daya secara strategis.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan bisnis yang disusun secara sederhana namun terstruktur memberikan kerangka yang jelas dalam pengambilan keputusan usaha pada tahap awal operasional. Integrasi antara pemahaman kebutuhan konsumen, perancangan model bisnis yang adaptif, serta analisis lingkungan usaha dan kelayakan finansial menghasilkan perencanaan bisnis yang bersifat realistis dan kontekstual bagi usaha mikro berbasis komunitas lokal.

Temuan tersebut sejalan dengan perspektif kewirausahaan yang menekankan pentingnya kesesuaian antara peluang pasar dan kapasitas internal usaha dalam mendukung keberlanjutan usaha. Penerapan pendekatan *design thinking* dan *Lean Canvas* berperan dalam memastikan bahwa model bisnis dirancang berdasarkan kebutuhan nyata konsumen, sementara Model Kewirausahaan Timmons memperkuat evaluasi kelayakan usaha melalui penilaian keseimbangan antara peluang, sumber daya, dan kapasitas pengelola. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa perencanaan bisnis berbasis analisis terintegrasi dapat berfungsi sebagai instrumen strategis dalam mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha mikro di sektor kuliner.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perencanaan bisnis Kedai Pagi Ngider.ind telah disusun secara sistematis, kontekstual, dan layak untuk diimplementasikan sebagai usaha mikro di sektor kuliner sarapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman terhadap kebutuhan konsumen lokal, khususnya terkait kepraktisan dan konsistensi produk pada rutinitas pagi hari, menjadi fondasi utama dalam perancangan model bisnis. Integrasi pendekatan *design thinking* dan *Lean Canvas* memungkinkan perancangan model bisnis yang sederhana namun relevan dengan kondisi pasar dan keterbatasan sumber daya usaha mikro, sehingga mendukung efisiensi operasional pada tahap awal usaha.

Dari sisi lingkungan usaha, hasil analisis menunjukkan bahwa peluang pasar relatif lebih besar dibandingkan ancaman, meskipun usaha masih menghadapi keterbatasan kapasitas produksi dan ketergantungan pada peran pemilik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa strategi pertumbuhan bertahap dengan fokus pada optimalisasi pasar inti dan peningkatan efisiensi operasional merupakan pilihan yang paling realistis. Ditinjau dari aspek kelayakan, hasil analisis menunjukkan bahwa usaha layak dijalankan secara finansial dan operasional. Kelayakan finansial usaha ditetapkan berdasarkan indikator utama *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period*, yang digunakan sebagai dasar validasi keputusan usaha pada tahap awal operasional. Selain kelayakan finansial, evaluasi kelayakan konseptual menggunakan Model Kewirausahaan Timmons menunjukkan adanya keseimbangan antara peluang usaha, ketersediaan sumber daya, dan kapasitas tim pengelola, sehingga memperkuat keputusan kelayakan usaha secara keseluruhan.

Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha mikro di sektor kuliner, khususnya bahwa perencanaan bisnis yang sederhana namun terstruktur dapat membantu memperjelas arah strategi dan menurunkan risiko pengambilan keputusan pada tahap awal usaha. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu objek usaha dan menggunakan proyeksi keuangan berbasis asumsi konservatif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji perencanaan bisnis UMKM dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran, serta memperluas objek penelitian agar diperoleh perspektif yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M., Collins, M. A., Conti, R., Phillips, E., Picariello, M., Ruscio, J., & Whitney, D. (2018). *Creativity in Context*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429501234>
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen, D. J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625–641. <https://doi.org/10.1177/014920630102700601>
- Barringer, B., & Ireland, D. (2021). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, Updated Global Edition* (6th ed.). Pearson Higher Ed.
- Brown, T. (2009). *Change by Design*. Harper Business.

- Creswell, J., & Creswell, J. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, Mixed Methods Approaches*.
- David, F., David, F., & David, M. (2020). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Higher Ed.
- Gurel, E. (2017). SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Hanjaya, H., Dewi Ruspitasari, W., & Pradiani, T. (2025). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN FOOD QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK BISKUIT MAYORA ROMA MELALUI KEPERCAYAAN DI GRESIK. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 9(3).
- Hendri, M., Hendrayati, H., Achyarsyah, M., & Suryana, S. (2023). Mindset Kewirausahaan, Kapabilitas Organisasi Usaha Mikro dan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Strategi Inovasi. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(1). <https://doi.org/10.29210/020232224>
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2017). *Exploring corporate strategy: Text and cases (11th ed.)* (11th ed.). Pearson.
- Kuratko, D. F. (2023). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kusuma, P. S. A. J., & Sihaloho, G. A. N. (2025). ANALISIS PERSEPSI PEBISNIS PADA PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT TRANSAKSI UMKM DI KOTA DENPASAR. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 9(3).
- Liedtka, J. (2018). Why Design Thinking Works. *Harvard Business Review*, 95(5), 72–79.
- Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works* (2nd ed.). O'Reilly Media.
- Muhammad, S. A., Sunarno, & Sutono. (2025). PENGARUH SOSIAL MEDIA DAN PENGALAMAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA BRAND FASHION H&M). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 9(3), 2025.
- Musa, C. I., Hasan, M., Dinar, M., Tahir, T., & Arisah, N. (2022). How Do Creativity and Innovation Affect on MSMEs Performance? Evidence from South Sulawesi; Indonesia. *International Journal of Scientific Development and Research (IJS DR)*, 7(11), 1159.
- Patton, M. Quinn. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Sage Publications.
- Pereira, L., & Rini, T. H. C. (2022). PENGARUH LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN LINGKUNGAN INTERNAL TERHADAP KINERJA UKM MELALUI KEUNGGULAN BERSAING PADA UKM DI KOTA SORONG. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 162–169. <https://doi.org/10.54783/jin.v4i3.637>
- Porter, M. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 86, 78–93, 137.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Rynes, S., & Gephart, R. P. (2004). Qualitative Research and the Academy of Management Journal. <https://doi.org/10.5465/Amj.2004.14438580>, 47(4), 454–462. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2004.14438580>
- Samodra, A. D. A., Febrianti, A. M., Kaniawati, K., Hendri, M., & Kurniawan, R. (2021). Entrepreneurial Mind in Fierce Competition for Startup Businesses. *Review of International Geographical Education Online*, 11(6), 175–180. <https://doi.org/10.48047/RIGEO.11.06.21>
- Scarborough, N., & Cornwall, J. (2018). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (9th ed.). Pearson.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit*. Harvard University Press.
- Spinelli, Stephen., Adams, Rob., & Timmons, J. A. (2012). *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. McGraw-Hill/Irwin.

- Srimulyani, V. A., Hermanto, Y. B., Rustiyansih, S., & Setiyo Waloyo, L. A. (2023). Internal factors of entrepreneurial and business performance of small and medium enterprises (SMEs) in East Java, Indonesia. *Heliyon*, 9(11), e21637. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21637>
- Suryadi, D., & Nuryaman. (2025). PENGARUH BIAYA LINGKUNGAN, KINERJA LINGKUNGAN, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 9(3).
- Tidd, Joseph., & Bessant, J. R. (2021). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. Wiley.
- Timmons, J., & Spinelli, S. (2009). *NEW VENTURE CREATION: ENTREPRENEURSHIP FOR THE 21st CENTURY* (13th ed.). Paul Ducham.
- Welter, C., Scrimshire, A., Tolonen, D., & Obrimah, E. (2021). The road to entrepreneurial success: business plans, lean startup, or both? *New England Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 21–42. <https://doi.org/10.1108/NEJE-08-2020-0031>
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

Tabel 1. Profil Objek Penelitian (Kedai Pagi Ngider.ind)

Aspek	Keterangan
Nama Usaha	Kedai Pagi Ngider.ind
Jenis Usaha	Usaha mikro makanan dan minuman
Produk Utama	Roti sarapan dan minuman kopi/non-kopi
Skala Usaha	Produksi rumahan (<i>home-based business</i>)
Konsep Layanan	Grab-and-go, tanpa dine-in
Sistem Penjualan	Pre-order dan penjualan langsung
Target Konsumen	Konsumen lokal (keluarga, pelajar, pekerja)
Lokasi Operasional	Kawasan permukiman Kota Bandung

Sumber: Hasil analisis Lean Canvas (2025)

Tabel 2. Ringkasan Model Bisnis Kedai Pagi Ngider.ind (Lean Canvas)

Elemen Model	Ringkasan Hasil
Segmen Pelanggan	Konsumen lokal di kawasan permukiman
Masalah Utama	Keterbatasan waktu sarapan dan akses cepat
Proposisi Nilai	Produk sarapan segar, praktis, dan konsisten
Solusi	Menu sederhana dengan sistem grab-and-go
Saluran Distribusi	Kedai langsung dan komunikasi digital
Sumber Pendapatan	Penjualan produk harian
Struktur Biaya	Biaya produksi, operasional, dan pemasaran sederhana

Sumber: Hasil analisis Lean Canvas (2025)

Tabel 3. Ringkasan Analisis SWOT Kedai Pagi Ngider.ind

Aspek	Ringkasan Temuan
Strengths	Lokasi dekat konsumen, fleksibilitas produksi, keterlibatan langsung pemilik
Weaknesses	Kapasitas produksi terbatas, ketergantungan pada pemilik
Opportunities	Kebutuhan sarapan praktis, pasar lokal stabil, dukungan digital
Threats	Persaingan usaha sejenis, sensitivitas harga, fluktuasi bahan baku

Sumber: Sintesis analisis SWOT, IFAS, dan EFAS (2025)

Tabel 4. Ringkasan Kelayakan Finansial Kedai Pagi Ngider.ind

Indikator	Hasil	Kriteria Kelayakan
Net Present Value (NPV)	Positif	Layak
Internal Rate of Return (IRR)	Di atas tingkat diskonto	Layak
Payback Period	Dalam periode wajar	Layak
Keputusan Kelayakan	—	Usaha Layak Dijalankan

Sumber: Hasil analisis kelayakan finansial (2025)